

## Lenovo anuncia resultados financeiros do terceiro trimestre do ano fiscal de 2009/10

- Vendas trimestrais de USD 4,8 bilhões
- Lucro operacional de USD 99 milhões
- Participação no mercado mundial de 9%, a mais alta já atingida
- Margem líquida de 9%, a menor já atingida
- Lucro atribuível aos acionistas de USD 80 milhões
- Lucro por ação de USD 0,86 ou HK 6,67
- Reservas líquidas de USD 2,4 bilhões (em 31 de dezembro de 2009).

Durante o terceiro trimestre, encerrado no dia 31 de dezembro, as vendas mundiais de computadores tiveram um aumento de 42% em relação ao ano anterior, ajudando a Lenovo alcançar 9% de participação no mercado mundial, o maior número já atingido. Comparativamente, o setor como um todo teve um aumento de 17% nas vendas de computadores no mundo inteiro durante o mesmo período.

Pelo terceiro trimestre consecutivo, a Lenovo conseguiu alcançar a menor margem líquida (lucro líquido sobre receita) já atingida pela Empresa: 9% desde a aquisição. A Empresa registrou ainda dois trimestres seguidos de alta lucratividade desde a sua reestruturação no ano passado.

As vendas consolidadas no terceiro trimestre fiscal registraram um aumento de 33% em relação ao ano anterior, atingindo USD 4,8 bilhões. O lucro bruto da empresa no terceiro trimestre aumentou 45% em relação ao ano anterior, registrando uma margem bruta de 11,1%. Em comparação, a margem bruta do mesmo período no ano passado foi de 10,2%.

O lucro operacional do terceiro trimestre fiscal foi de USD 99 milhões, o dobro do trimestre anterior. Os gastos extraordinários da empresa alcançaram USD 43 milhões. O ganho líquido proveniente da alienação dos investimentos durante o trimestre foi de USD 43 milhões. O Grupo registrou um resultado de USD 94 milhões antes da dedução de impostos. O lucro atribuível aos acionistas durante o trimestre foi de USD 80 milhões, o oposto do que aconteceu no terceiro trimestre do ano passado (2008/2009), quando houveram perdas de USD 97 milhões atribuíveis aos acionistas.

O lucro por ação no terceiro trimestre fiscal foi de USD 0,86, ou HK 6,67. As reservas líquidas em 31 de dezembro de 2009 totalizaram USD 2,4 bilhões.

Durante o terceiro trimestre fiscal, a Lenovo anunciou sua intenção de adquirir participação acionária majoritária na Lenovo Mobile Communication Technology Ltd. liderada por um grupo de investidores da Hony Capital, empresa de fundos de investimento em participações pertencente à Legend Holding, por USD 200 milhões em dinheiro e ações da Lenovo. A aquisição, que foi aprovada pelos acionistas independentes da Empresa, sinalizava a intenção da Lenovo de expandir imediatamente a sua participação no mercado Chinês de internet móvel.

“O Conselho está muito satisfeito com o desempenho da Lenovo neste trimestre. Isso se deve em grande parte ao grande sucesso dos produtos que foram lançados no último mês na

*Computer Electronics Show (CES)*. A Lenovo tem uma gestão visionária e muito forte em planejamento estratégico. A empresa já começou a implementação de uma nova estratégia de desenvolvimento que integra inovação no seu modelo de negócios, na tecnologia e na gestão da empresa”, disse o Presidente do conselho da Lenovo, Liu Chuanzhi. “A demanda por Internet Móvel está crescendo muito no mundo inteiro. Na China, o governo está à frente da convergência das três redes de comunicação existentes (telecomunicações, radiodifusão e internet), definindo novos padrões. Isto significa uma grande oportunidade de desenvolvimento para o setor de TI, e especialmente para a Lenovo”.

“Pela primeira vez desde a aquisição da divisão de PCs da IBM, a Lenovo é a empresa que mais cresce no mundo no setor de PCs. Alcançamos a maior participação no mercado mundial já atingida pela Lenovo pelo terceiro trimestre consecutivo e aumentamos o nosso lucro de forma significativa. Essas conquistas demonstram a eficiência das estratégias que delineamos no início do ano”, disse Yang Yuanqing, CEO da Lenovo. “Vamos continuar expandindo os nossos negócios no setor de PCs ao mesmo tempo em que atacamos o setor de internet móvel para impulsionar o crescimento e capitalizar os resultados da nossa inovação”.

### **Visão Geográfica**

A participação da **Lenovo no mercado chinês** aumentou em 2.8 pontos percentuais durante o terceiro trimestre fiscal, o maior aumento já registrado pela Empresa em um único trimestre há 9 anos, atingindo o valor inédito de 33.5% de participação no mercado. A Lenovo teve USD 2,3 bilhões em vendas consolidadas na China no terceiro trimestre, um aumento de 45% em relação ao ano anterior. O número representa 47% das vendas mundiais da Empresa. As vendas de PCs na China aumentaram 54% em relação ao ano anterior, um crescimento de vendas superior ao registrado pelo setor inteiro na China, que foi de 41%. A Lenovo continua em boa posição para suprir a crescente demanda por tecnologias inovadoras, resultante dos programas de estímulo do governo chinês, que vem focando principalmente as áreas rurais do país. Além disso, a Empresa lançou vários novos modelos durante o trimestre que vem ganhando força de venda.

Em **Mercados Emergentes\***, as vendas consolidadas da Lenovo totalizaram USD 857 milhões no terceiro trimestre fiscal, um aumento de 53% em relação ao ano anterior, representando 18% das vendas mundiais da Empresa. As vendas de PCs nesses mercados aumentaram 52% em relação ao terceiro trimestre do ano anterior. Comparativamente, o setor inteiro registrou um aumento de 19%. A Lenovo aumentou a sua participação nos mercados emergentes em 1.2 pontos percentuais. Na Índia, onde a Lenovo teve um aumento de 54% nas vendas de PCs durante o terceiro trimestre, a Empresa resolveu focar na introdução de novos produtos, promover melhorias nos sistemas de negócio e fortalecer canais de parcerias. A Empresa focou especialmente no fortalecimento das vendas de PCs para os Mercados Emergentes e registrou um aumento inédito de vendas na Rússia, Ásia-Pacífico, Oriente Médio e Turquia.

Em **Mercados Maduros \*\***, as vendas consolidadas da Lenovo totalizaram USD 1.7 bilhões no terceiro trimestre fiscal, um aumento de 13% em relação ao ano anterior, representando 35% das vendas mundiais da Empresa. O crescimento da demanda por oportunidades comerciais no segmento de PCs da Europa Ocidental e América do Norte resultou em um aumento de 16% (em relação ao ano anterior) nas vendas de PCs durante o terceiro trimestre. O setor como um todo registrou um aumento de 10%. A Lenovo teve um aumento de 0.2 pontos percentuais na participação em Mercados Maduros, sendo que o aumento registrado na Austrália/Nova

Zelândia e no Japão foi de 1.7 e 1.5 pontos percentuais, respectivamente. Na Europa Ocidental, a participação da Lenovo aumentou levemente em relação ao ano anterior, mas teve uma queda discreta na América do Norte. A Lenovo aumentou a sua lucratividade de forma significativa nos Mercados Maduros durante o terceiro trimestre fiscal.

### Visão Geral dos Produtos

· As vendas mundiais consolidadas da Lenovo no segmento de **notebooks** durante o terceiro trimestre fiscal totalizaram USD 3 bilhões, um aumento de 46% em relação ao ano anterior. Os notebooks da Lenovo continuam sendo o produto mais vendido da Empresa no mundo inteiro, gerando 62% da receita total da Empresa. As vendas mundiais de notebooks da Lenovo no terceiro trimestre aumentaram 68% em relação ao ano anterior. O setor como um todo registrou um aumento de 32%. Durante o terceiro trimestre fiscal, o mercado mundial de notebooks foi aquecido pela introdução do Windows 7, e a Lenovo saiu na frente com o lançamento de seus laptops IdeaPad, projetados para tirar proveito máximo do novo sistema operacional da Microsoft. A Empresa introduziu também o laptop ThinkPad Edge e o X100e na virada do ano. O setor manteve a tendência recente de migração para aparelhos mais baratos e a Lenovo introduziu novos netbooks durante o trimestre, assegurando assim uma posição adequada à Empresa.

· As vendas de **computadores desktop** da Lenovo durante o terceiro trimestre fiscal aumentou 18% em relação ao ano anterior. O setor como um todo sofreu uma queda de 1%. As vendas mundiais consolidadas da Lenovo no segmento de computadores desktop totalizaram USD 1,7 bilhões no terceiro trimestre, o que corresponde a 36% da receita total da Empresa. Durante o terceiro trimestre, a Lenovo introduziu vários computadores IdeaCentre, além do ThinkCentre A70z, o primeiro computador multifuncional da Empresa para clientes comerciais. O mercado de PCs continuou registrando uma grande migração de usuários de computadores desktop para laptops e, conseqüentemente, a Lenovo implementou o Lean Six Sigma em toda a sua cadeia de fornecimento global, trabalhando em estreita colaboração com os fornecedores para oferecer custos mais baixos.

Recentemente, a Lenovo demonstrou o seu grande talento inovador ao introduzir os laptops IdeaPad e ThinPad, incluindo modelos baseados em processadores Intel e AMD; o desktop multifuncional IdeaCentre A300; o smartbook Skylight baseado no Qualcomm; o novo smartphone da Lenovo na China; e o PC híbrido IdeaPad U1, com uma revolucionária tela removível. O híbrido U1 recebeu uma série de prêmios na *Consumer Electronics Show (CES)* de 2010, que aconteceu na cidade de Las Vegas no mês passado. A novidade tornou-se a grande 'vedete' do evento.

### Sobre a Lenovo

A Lenovo se dedica a fabricar computadores pessoais excepcionalmente projetados. O modelo de negócios da Lenovo se baseia na inovação, na eficiência operacional e na satisfação do cliente, com enfoque em investimentos em mercados emergentes. Formada pela aquisição da antiga Divisão de Computadores Pessoais da IBM, a Lenovo Group desenvolve, fabrica e comercializa mundialmente produtos e serviços confiáveis, de alta qualidade, seguros e fáceis de usar. A Lenovo possui importantes centros de pesquisa em Yamoto, Japão; Beijing, Shanghai e Shenzhen, China; e Raleigh, Estados Unidos. Para mais informações, visite [www.lenovo.com](http://www.lenovo.com).

\*inclui a África, Ásia-Pacífico, Europa Central/Oriental, Hong Kong, Índia, Coreia, América Latina, México, Oriente Médio, Paquistão, Rússia, Taiwan e Turquia.

\*\*inclui a Austrália/Nova Zelândia, Israel, Japão, América do Norte, Europa Ocidental e contas globais.

**Informações à Imprensa - Hill and Knowlton**

Marcos Besse- Supervisor de Contas

Telefone: (11) 5503-2871

E-mail: [mbesse@hillandknowlton.com](mailto:mbesse@hillandknowlton.com)

Flávia Farias – Assessora de Contas

Telefone: (11) 5503-2883

E-mail: [flavia.farias@hillandknowlton.com](mailto:flavia.farias@hillandknowlton.com)

---